משרד החינוך

המִנהל למדע ולטכנולוגיה

הפיקוח על מגמת טכנולוגיות תקשורת

**עדכון**

תכנית לימודים

ב"תקשורת וחברה"

לכיתות י'

יולי 2006

שנה"ל תשס"ז

תוכן העניינים : תקשורת וחברה א'

**תוכן העניינים 2**

**הרציונאל** **4**

**רשימה ביבליוגרפית כללית 6**

**פרק 1 - תשתית** **9**

1.א. תקשורת ומציאות - מבוא **10**

\* רב-תרבותיות - חלון **12**

1.ב. מושג הז'אנר וז'אנרים בטלוויזיה **13**

1.ג. חוויית הצפייה בטלוויזיה **15**

**פרק 2 - תכניות אירוח (talk shows) 16**

2.א השיח הציבורי **17**

2.ב. סוגי ה-talk shows האופייניים **19**

**\*** פוליטיקה בעידן הטלוויזיה **20**

\* רייטינג - חלון **22**

\* חופש הביטוי - חלון **23**

**פרק 3- ריאליטי טי וי 25**

טלויזיית מציאות- ריאלטי טי וי **26**

**פרק 4- קומדיית מצבים 28**

4.א. קומדיה והומור **29**

4.ב. קומדיית המצבים הטלוויזיונית **30**

\* הטלוויזיה בישראל: השידור הציבורי והמסחרי - חלון **31**

**פרק 5 - חדשות 33**

5.א. המושג חדשות בהיסטוריה **34**

\* אירוע מדיה - חלון **35**

5.ב. חדשות באמצעי תקשורת ההמונים - פיקוח ושליטה (היבט צורני) **37**

5.ג. כתבת החדשות בטלוויזיה - תכנים **38**

5.ד. אינפוטיינמנט **40**

5.ה. פוליטיקה, סדר יום וחדשות **41**

\* אינטראקטיביות בדיווח – חלון **43**

הרציונאל

בתחילתו של האלף השלישי, בעידן שבו מרכזיותם של אמצעי התקשורת, מוסדותיהם והשפעתם אינה מוטלת בספק גדל הצורך להקנות ידע, לעודד ולטפח יצירתיות, ולטפח יכולת ביקורתית בתחום.

תכנית לימודים זו, המיועדת לתלמידי החטיבה העליונה בבתי הספר התיכוניים, מיישמת לקחים שהצטברו מתכניות קודמות שנבנו בתחום. היא נותנת ביטוי לכיווני מחשבה עכשוויים, הן מבחינת התכנים הנלמדים והן מן הבחינה המתודית.

נקודת המוצא בתכנית זו היא לימוד תקשורת תוך שמירה על שני עקרונות מפתח: העיקרון הראשון מטרתו להבהיר באופן מתמיד את חשיבות התחום ואת נושאי המשנה שלו. במילים אחרות, במרכז לימודי התקשורת ותכני התכנית ניצבת השאלה: "למה חשוב ללמוד את מה שאנו לומדים?"; העיקרון השני מטרתו להעביר את הנושאים השונים בתכנית - חלקם תאוריות וסוגיות מורכבות - בדרך שתגרום לתלמיד להתחבר לחוויה המרכזית שבמגע עם התקשורת.

דומה כי חוויית הצפייה בטלוויזיה הנה, לטוב ולרע, חווייתו המרכזית של התלמיד - צרכן התקשורת. התכנית מתמקדת במדיום הטלוויזיוני מטעם כפול: הדומיננטיות של הטלוויזיה ומרכזיותה בחברה מחייבים עיסוק מיוחד בה וכן מבחינה מתודית, מדובר במדיום שהנו נוח להמחשה; מדיום שניתן ליצור באמצעותו חוויית לימודים מעשירה, בדומה לחוויית הצפייה המוכרת היטב לתלמיד.

ברצוננו לציין באופן מפורש כי תכנית זו עניינה בקשר שבין תקשורת לבין החברה. הטלוויזיה מהווה כלי רב ערך במאמץ זה. עוד נוסיף כי האינטרנט ותחום המחשבים בכלל באים גם הם לידי ביטוי בתכנית. נדגיש כי בהיותו של האינטרנט מדיום אקלקטי, הרי שחלק ניכר מן ההתייחסויות לטלוויזיה - כמו לדוגמה, שפתה והז’אנרים שבה - עשויות להיות תקפות גם לעניין זה.

תכנית לימודים זו מורכבת משתי חטיבות: חטיבה י-יא וחטיבה יב. חטיבה י-יא מורכבת מעשרה פרקים: פרק מבוא כללי ועוד שמונה פרקים הסוקרים את תחומי התוכן השונים בטלוויזיה ובאמצעי התקשורת בכלל. פרק הסיום הוא סקירה המסכמת את התפתחות טכנולוגיית התקשורת מן ההיבט ההיסטורי. חטיבה יב מורכבת ממספר יחידות המוקדשות להרחבה בנושאים ספציפיים.

הטיפול בכל נושא נעשה דרך הטקסט ודרך הז'אנר . ההיכרות עם חוקי הז'אנר ועם הסוגיות השונות שהיא מעלה הופכת לחוט השדרה של כל פרק. ברצף העיסוק בז'אנר נפתח "חלון" להרחבות שונות: תאורטיות, היסטוריות וכו’, או להקניית מושגים כלליים כגון: חופש ביטוי, אלימות בתקשורת, מושג הרייטינג ועוד.

כאמור, תכנית זו בנויה באופן המאפשר לקרב את נושאי הלימוד לתלמידים. מאחר שכך במקומות מסוימים מוותרת התכנית במודע על אפשרויות טיפול מגוונות יותר בנושא - כגון באמצעות סקירה היסטורית או ניתוח תאורטי - לטובת דיון כולל יותר שמטרתו העיקרית היא לעניין, לאתגר, ובסופו של דבר להביא את התלמידים לצריכה ביקורתית של התקשורת מתוך הבנה שלמה ככל שניתן של יחסי התקשורת והמציאות.

חשוב: בשיקולי בחירת חומרי ההמחשה לשיעורים, יש לחשוף את התלמידים לא רק לדוגמות מדיה שליליות הראויות לביקורת, אלא גם לדוגמות מדיה חיוביות הראויות לשמש מודל לחיקוי.

התכנית מציגה את התקשורת בהקשר תרבותי רחב. עיקרה הוא עיסוק בשאלות של ייצוג ומשמעות. התופעה התקשורתית נתפסת כאן, כחלק בלתי נפרד מן המציאות ולא כאלמנט נוסף של החיים המודרניים. גם החלוקה, העוברת כחוט השני לאורכה של התכנית, לתכנים "מציאותיים" ו"בדיוניים" מוצגת רק כאפשרות אחת, נוחה מבחינה מתודית, לעיסוק בתקשורת. בשלב מסוים בתכנית גם חלוקה זו עצמה עומדת לדיון.

יצוין כי תכנית לימודים זו הנה חלק מערכה המצויה בתהליך פיתוח והפקה ,ערכה הכוללת: אסופת מאמרים, אתר אינטרנט המתעדכן מדי פעם ועזרי לימוד נוספים.

**הערות**

1. תוכנית לימודים זו לכיתה י', תיושם לתלמידי כיתות י' החל משנה"ל תשס"ז.
2. תלמידי כיתות י"א ילמדו בשנה"ל תשס"ז על פי תוכנית הלימודים הקודמת(תשס"ב).
3. תלמידי כיתות י"ב ילמדו על פי המבניות המופיעות באתר המגמה "עושים תקשורת" וכן על פי חלק מהמבניות שפורסמו בתוכנית הלימודים הקודמת(תשס"ב). בכיתה י"ב יש לבחור שתיים מתוך שלוש המבניות החדשות שפורסמו באתר וכן מבנית אחת נוספת מתוך תוכנית הלימודים הקודמת: חופש הביטוי או יהדות ותקשורת.
4. בחינות הבגרות: בתקשורת וחברה א' ס.ש 832101 תתבסס על תוכנית לימודים זו. בתקשורת וחברה ב' ס.ש832201 על תוכנית הלימודים הקודמת(תשס"ב) והבחינה הפנימית בתקשורת וחברה ג' ס.ש 83202 תתבסס על שתי המבניות החדשות באתר ומבנית אחת נוספת כמפורט בהערה הקודמת.
5. הקצאת השעות המנימלית בכל אחת משלוש שנות הלימוד להוראת המקצוע"תקשורת וחברה" היא לפחות 5 ש"ש.
6. תכ"ל במהדורה מודפסת תפורסם בהמשך עם קבלת משוב במהלך שנת הלימודים.
7. יש לעקוב אחר הודעות המפמ"ר המתפרסמות באתר.

ביבליוגרפיה כללית לתכנית

אלדר, רונית, *המון תקשורת*, רכס הוצאה לאור, 1994.

בורדייה, פייר, *על הטלוויזיה*, הוצאת בבל (מצרפתית: נרי גבריאל-סבניה) 1996.

בן-אליעזר, יריב, *הממלכה השביעית, סוגיות בתקשורת המונית,* ספרית המנהל, 1990.

בן-אליעזר, יריב, *תעשיית הפיתויים - על תעמולה ופוליטיקה, על דת ומסחר ועל מה שביניהם*, ספרית המנהל, המכללה למינהל, 1997.

ברגר, אווה, *מבוא לתקשורת*, האוניברסיטה המשודרת, משרד הביטחון - ההוצאה לאור, 1995.

הורניק וליברמן , ניהול הפרסום, האוניברסיטה הפתוחה.

טוקטלי אורן," מדיניות תקשורת בישראל" ת"א, האוניברסיטה הפתוחה

גורן, דינה, *תקשורת ומציאות - מושגי יסוד בתקשורת המונים*, בית הוצאה כתר, 1986.

כספי,דן, תמונות בראש, האוניברסיטה הפתוחה, 2001, עמ' 62-57

כספי, דן, לימור, יחיאל (עורכים), *אמצעי תקשורת המונים בישראל*, האוניברסיטה הפתוחה, 1998.

כספי, דן (עורך), *תקשורת ודמוקרטיה בישראל*, הקיבוץ המאוחד, ואן לור, 1997.

כספי, דן (עורך), *תקשורת המונים - מקראה*, האוניברסיטה הפתוחה, 1995.

כספי, דן, *תקשורת המונים (כרכים א’-ג')*, האוניברסיטה הפתוחה, 1993.

כספי, דן, לימור, יחיאל, *המתווכים - אמצעי התקשורת בישראל 1990-1948*, עם עובד, מכון אשכול, האוניברסיטה העברית, 1992.

ליימן וילציג, שמואל, *המדריך השמושי לתקשורת*, הוצאת יעדים, 1994.

למיש, דפנה, *החופש לצפות: מבט שני בטלוויזיה*, רכס הוצאה לאור פרוייקטים חינוכיים בע"מ, 1994.

פוסטמן, ניל, *אובדן הילדות*, ספרית הפועלים, ת"א, 1986.

פוסטמן, ניל, *בידור עד מוות: השיח הציבורי בעידן עסקי השעשועים*, ספרית פועלים, הוצאת הקיבוץ הארצי השומר הצעיר (מאנגלית: אמיר צוקרמן), 2000.

צוקרמן, ארנון, *טלוויזיה גלובלית*, ספריית "אוניברסיטה משודרת", משרד הביטחון - ההוצאה לאור, 1999.

קלר, הלגה, *לדעת לצפות*, משרד החינוך והתרבות, האגף לתכניות לימודים, הוצאת מעלות, 1995.

רועה, יצחק, *אחרת על תקשורת - שבע פתיחות לעיון בתקשורת ובעיתונות*, רכס הוצאה לאור פרוייקטים חינוכיים בע"מ, 1994.

בנוסף חשוב להיעזר במבניות לכתה י"ב : פוליטיקה בעידן הטלוויזיה, ייצוגים ,והמבע הקולנועי.. הנמצאים באתר

עוז אלמוג, 2004, **פרידה משרוליק**, כרכים א, ב, אוניברסיטת חיפה וזמורה ביתן.

ליבס תמר ומירי טלמון (עורכות) 2003, **תקשורת כתרבות**, כרך א, מקראה, האוניברסיטה הפתוחה

תמר ליבס, עמית קמה, מירי טלמון, 2003, **תקשורת כתרבות**, כרך ב, האוניברסיטה הפתוחה

יובל דרור, 2006, **הפוליטיקה של הטכנולוגיה**, הוצאת מפה.

דפנה למיש, 2002, **לגדול עם הטלוויזיה**, האוניברסיטה הפתוחה.

דפנה למיש (עורכת) 2006, **לגדול עם הטלוויזיה**, מקראה, האוניברסיטה הפתוחה.

אריאל פפו פרידמן תשס"א , קליפים, T.V וצעירים חסרי מנוח,משרד החינוך

 גדי טאוב, **המרד השפוף**,

**אתרי אינטרנט:**

1. אתר הבית של המגמה "עושים תקשורת" www.amalnet.k12.il/sites/commun http://

כולל מאמרים בעברית, חלקם מתורגמים, פורמים, פרסומים ועבודות של מורים ותלמידים, הנחיות הפיקוח והשתלמות.

2. כדאי כמובן להיעזר באתרי אינטרנט על מנת להגיע למידע על תכנים טלוויזיוניים בארץ ומחוצה לה. דוגמה לאתר שבו ניתן ללקט מידע מעין זה:

http://dir.yahoo.com/News\_and\_Media/Television

3. יש גם אתרים הכוללים מאמרים אקדמיים בנושא. לדוגמה:

http://www.popcultures.com/articles/tv.htm

**תוכנית הלימודים**

**"תקשורת וחברה – א"**

**לכיתה י'**

**פרק 1**

**תשתית**

פרק 1 - תשתית 9

1.א. תקשורת ומציאות - מבוא 10

\* רב-תרבותיות - חלון 12

1.ב. מושג הז'אנר וז'אנרים בטלוויזיה 13

1.ג. חוויית הצפייה בטלוויזיה 15

1.א. תקשורת ומציאות - מבוא

**מהלך הלימוד**

מאז השלבים הראשונים של התפתחות תחום התקשורת שאלו את עצמם תאורטיקנים שאלות לגבי הקשר שבין המדיה לבין המציאות. השאלות הובילו לפיתוח מספר תאוריות. תאוריה אחת גרסה כי המדיה היא כמו מראה המשקפת את המציאות באובייקטיביות יחסית ומאפשרת הצצה למצבים, למקומות ולחייהם של אנשים "כפי שהם".תיאוריה זו מתעלמת ממכלול הגורמים המשפיעים על עיצוב התכנים במדיה כמו אילוצים אירגוניים,התאמה לטכנולוגיה אידיאולוגיות ותפיסות תפקיד של עיתונאים ויוצרים . תאוריה אחרת גרסה שאמצעי התקשורת מעצבים את החברה שבתוכה הם מתקיימים, ושבהצגתם את העולם דרך הפריזמה הטכנית והנרטיבית שלהם הם מביאים לשינויים בצורתה ובאופיה של אותה חברה, על פי תכתיבי המדיום המרכזי שלה.

לעומת שתי הגישות האלה צמחה מאוחר יותר גישה שלישית שהתאפיינה בראייה "אקולוגית", "סביבתית", "תרבותית" או "סמיוטית" חדשה להלן-תרבותית סמיוטית. גישה זו שמה במרכז התאוריות והמודלים שלה את ההקשר שבתוכו מתקיים המדיום התקשורתי. הגישה התרבותית סמיוטית מתמקדת באופי ההשפעה של הטקסט התקשורתי על הקהל ובמשמעויות שלו הן במישור התרבותי והן במישור האינדיבידואלי. גישה זו גרמה לפיחות בכמות השאלות הקשורות בעיצוב או בשיקוף המציאות כקצוות הכרחיים, והיא התמקדה בתופעות תקשורתיות (במדיה ומחוצה לה) כב"טקסטים" אשר מתהווים מחדש ומתמלאים משמעות במפגש המחודש שלהם עם כל "קורא". במפגש זה המציאות אינה נקלטת על ידי הצופה, הקורא או המאזין, היא אינה מעוצבת על ידיהם, אלא נוצרת או מובנית בתודעתו של כל אחד מהם.

דרך הסבר מושג ההקשר כמקשר בין מדיה לבין מציאות, מנסה יחידה זו להכניס את התלמידים להקשר הכללי - לרוח הדברים ולאווירה שלהם - כפי שהם יבואו לידי ביטוי לאורך תכנית הלימודים כולה. שאלת הקשר בין תקשורת לבין מציאות חוזרת בתכנית בצורות שונות ובהקשרים שונים (כמו למשל בפרק העוסק בחדשות), ויחידה זו מהווה בסיס להתמודדות עם הנושא בכל אחד מן הז'אנרים שבה הוא יעלה.

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יסביר את מושג ההקשר (קונטקסט) ויבין את הקשר שבין שינויים בקונטקסט לבין שינויים במשמעות הטקסט.

2. התלמיד יסביר וידגים את הגישות הנוגעות לקשר שבין מדיה לבין מציאות: גישת המראה, הגישה

הטכנולוגית ואת הגישה האקולוגית הנוגעת לקשר שבין הטקסט התקשורתי לבין תפיסתו ע"י הקהל

.

**דרכי ההוראה**

הרצאה והבאת דוגמאות של אירועים חדשותיים כמו גם סדרות דרמתיות וקומיות, ודיון במציאות המשתקפת מהם ובהשקפת העולם המעוצבת על ידם. דגש יושם על ההקשר שבו נצפה ה"טקסט" (למשל, שנים לאחר האירוע, בכיתה ולא בבית, למטרות לימוד ולא כבידור או כחלק משגרת יומם של התלמידים, וכו’).

**ביבליוגרפיה**

כספי, דן,תקשורת המונים, כרך א האוניברסיטה הפתוחה, עמ'109-114 [ לעניין הדטרמינזם הטכנולוגי]

ברגר, אווה, 1996. מבוא לתקשורת האוניברסיטה המשודרת, עמ'44-47 [ לעניין הגישה האקולוגית]

Fiske, J., ***Television Culture***, NY: Routtedge, 1987, pp. 21-36, 37-47.

**ביבליוגרפיה נוספת להעשרה**:

**איימי דור, אין קיצורי דרך להערכת מציאות, בתוך דפנה למיש, 2006, לגדול עם הטלוויזיה: מקראה,**

**עמ' 53-72.** (מעבר לדיון התיאורטי והפילוסופי בסוגיה זו, מוצע לקרוא מאמר מחקרי זה שמסביר לפי מה בפועל ילדים קובעים מה מציאותי ומה בדיוני בטלוויזיה)

\*רב-תרבותיות(חלון)

**מהלך הלימוד**

רב-תרבותיות הנה מגמה בולטת בחברה המערבית בתחילת המאה ה21-. המושג רב-תרבותי מצביע על קיום דיאלוג בין זהויות תרבותיות שונות או בין זהויות אתניות המרכיבות תרבות נתונה. ההנחה הבסיסית שמאפיינת את הגישה הרב-תרבותית נוגעת לשאלות של ריבוי, עירוב, הטרוגניות ויחסיות.

המושג רב-תרבותיות מהדהד בתכנית לימודים זו לכל אורכה. הטקסטים השונים (טלוויזיוניים ואחרים), שהם לב התכנית, כמו גם הטקסטים הכתובים (דוגמת טקסט זה), משקפים ככל הנראה רק תרבות נתונה אחת מבין מספר לא קטן של תרבויות הקיימות בחברה. עם זאת, ייתכן שדווקא ההכרה בהבדל וקבלת השוני מהווה נקודת מוצא טובה ליצירת דיאלוג. זהו ניסיון לא לטשטש את ההבדלים בשם הרצון לכפות אחידות אלא להפך: להדגיש את הריבוי כמרכיב אורגני של החברה, לאפשר בסופו של דבר היכרות טובה יותר של הפרטים עם חלקיה השונים של החברה, ולהוביל לקיום משותף ולהתפתחות מקבילה ושוויונית של כל חלקי החברה.כדאי לחדד מושגים כמו: ייצוג וסטריאוטיפ

(במסגרת התכנית זוכה הנושא להרחבה בכיתה יב.)

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יסביר את המושג רב תרבותיות כפי שהוא בא לידי ביטוי בתקשורת ואת מרכזיותו בשיח החברתי בתחילת המאה ה21- בארץ ובעולם.
2. התלמיד יסביר את המושג" כור היתוך"ויתאר את הרקע להיווצרותו במדינת ישראל ואת ביטוייו באמצעי התקשורת.
3. התלמיד יעריך האם טקסטים תקשורתיים נתונים מבטאים רב- תרבותיות או מייצגים תתי- קבוצות מנקודת מבט של קבוצה תרבותית אחת.

**דרכי ההוראה**

מומלץ לנתח מספר טקסטים טלוויזיוניים תוך הדגשת הפרשנות השונה שקהלים שונים נותנים לאותם טקסטים.

**ביבליוגרפיה:**

טאוב גדי, 1997, המרד השפוף, על תרבות צעירה בישראל, הוצאת הקיבוץ המאוחד, תל-אביב, עמ' 284-288 .

מאוטנר מנחם, שגיא אבי,שמיר רונן,[ עורכים] " רב- תרבותיות במדינה דמוקרטית ויהודית,ת"א , הוצאת רמות, אוני' ת"א,

**בבליוגרפיה רשות:**

הנעדרים והנוכחים בזמן צפיית שיא, תקציר מחקר שערכה הרשות השניה לטלויזיה ורדיו נמצא באתר של הרשות השניה. .<http://www.rashut2.org.il/editor/uploadfiles/34%20final.pdf>

יש להתייחס למסקנות המחקר ולא לפרטי הפרטים שלו.

##### אלמוג, עוז, 2004,פרידה משרוליק, כרך א' . אוניברסיטת חיפה וזמורה ביתן. ע"מ 19-41 (מבוא: בין שקיעה לזריחה). המבוא מתאר את התהליכים שהחברה הישראלית עברה מחברה דמוקרטית יהודית וציונית חברה קפיטליסטית דמוקרטית ליברלית וגלובאלית. ע"מ 43-392 (החזית התקשורתית: מקול ישראל לחברה רב קולית) מתארים את התהליכים התקשורתיים שגרמו לשינויים החברתיים והתרבותיים הנ"ל.

1.ב. מושג הז'אנר וז'אנרים בטלוויזיה

**מהלך הלימוד**

ז’אנר (סוגה) הוא אוסף של מוסכמות ברמה התוכנית וברמה האסתטית המגדיר קבוצה של טקסטים. דיון מבואי זה יתייחס למושג ז’אנר ולמקורותיו הספרותיים והקולנועיים, וכן לסיבות שבגללן נוח לתעשייה - קולנוע או טלוויזיה - לעבוד במסגרת ז’אנרית (מקל את ההפקה, את השיווק, את הפנייה לקהל מוגדר ועוד). ז'אנרים שונים יודגמו בעזרת ז’אנרים קולנועיים כגון: המערבון והמיוזיקל.

לאחר הגדרת המושג יתמקד הדיון בז’אנרים טלוויזיוניים תוך הבחנה בין ז'אנרים מציאותיים (כמו חדשות, דוקומנטרי) לבין ז’אנרים בדיוניים (כגון: סיטקום, אופרות סבון, דרמה) והדגשת ההבדלים ביניהם. בדיון זה תשולב התייחסות לקונבנציות ז'אנריות המאפיינות ז’אנרים שונים. לדוגמה: צילום במצלמה רועדת, פריימינג ופוקוס מטושטשים הם קונבנציה של דוקומנטרי, והם הפכו לקוד של "אמת" (המשמש כיום גם יוצרים בז'אנרים בדיוניים).

תשומת הלב תוסב לשינויים שחלו בז’אנרים במשך השנים ולטשטוש שחל ביניהם, כמו שילוב ריבוי עלילות ועלילות מתמשכות - שאפיינו בעבר רק אופרות סבון - בדרמות בכלל ובקומדיות מצבים (סיטקום), או שילוב בין דרמה לקומדיה כפי שהוא בא לידי ביטוי בסדרה כמו "אלי מקביל". דברים אלה ידגישו את העובדה שז'אנרים אינם סטטיים ושהם משתנים במשך הזמן גם ברמת הצורה וגם ברמת התוכן.

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יגדיר את מושג הז’אנר ואת הסיבות לשימוש בז'אנרים
2. . התלמיד יזהה סוגים של ז'אנרים טלוויזיוניים וקולנועיים.
3. התלמיד ידגים את טישטוש הגבולות בין ז'אנרים ויבין את הקושי להבחין בין ז'אנרים מציאותיים לבידיוניים

**דרכי ההוראה**

הרצאה ותרגיל: זיהוי ז’אנרים מתוך לוח משדרים טלוויזיוני; רישום שמות המשדרים וסוגי הז'אנרים על הלוח על מנת להדגיש הבדלים כלליים בין ז'אנרים מציאותיים לבין ז'אנרים בדיוניים.

**ביבליוגרפיה**

למיש, דפנה, "החופש לבחור מבין אפשרויות צפיה רבות", בתוך: *החופש לצפות: מבט שני בטלוויזיה*, רכס הוצאה לאור פרוייקטים חינוכיים בע"מ, 1994, עמ' 36-23.

**ביבליוגרפיה נוספת**

שין, אורי, המבנית " מבע קולנועי" לכתה י"ב ..גיטלין, טוד, "אידיאולוגיה של 'זמן צפיית שיא': התהליך ההגמוני בבידור המשודר בטלוויזיה", בתוך: דן כספי, *תקשורת המונים - מקראה*, תל אביב, האוניברסיטה הפתוחה, 1995, עמ' 164-144.

מאמרים הדנים בז’אנרים שונים בטלוויזיה נמצאים במאגר:

http://www.amalnet.k12.il/sites/commun/library/tv/Frm-janerim.htm

1.ג. חוויית הצפייה בטלוויזיה

**מהלך הלימוד**

בטרם מעמיקים את הלימוד שנושאו תכנים טלוויזיוניים - לב תכנית לימודים זו - ראוי ללמוד על הטלוויזיה כמדיום ועל היחסים שהיא מפתחת עם נמעניה.

הטלוויזיה כיום הנה מדיום דומיננטי המקובל על כל חלקי החברה. כמות ערוצי הטלוויזיה המתחרים על תשומת לבו של הצופה, ובמיוחד מאפייני הצפייה במדיום (צפייה ביתית, גירויים והפרעות חיצוניות), יוצרים טלוויזיה, שללא קשר לתוכנה הספציפי, מעוניינת לשבות את לבו של הצופה.

בהקשר זה מושגים אחדים הופכים מהותיים ביותר להבנת הטקסט והשפה הטלוויזיונית: *בידור, ריגוש, פיתוי, דרמה, קונפליקט, דימוי, קלוז אפ, קצב ושטף, שידור חי* ועוד. מומלץ לעסוק בקצרה במושגים אלה ולהדגיש את מרכזיותם בקביעת "חוקי המדיום". יש להתעכב גם על מערכת האילוצים והמגבלות שבהם פועל הטקסט הטלוויזיוני למול הצופה שאיננו "שבוי" (non-captive audience); הפסיביות שבצפייה ("בטטת הכורסה") מול מעורבות צפייה גבוהה;. כדאי גם להתעכב על מושג המקום והזמן בעידן הטלוויזיה רבת-הערוצים. בעידן השְלטוט (הזאפינג), נטען, נעים הצופים כנוודים דרך נוף וירטואלי, כשתחושת המקום הפיזי הופכת בעבורם לבלתי רלוונטית יותר ויותר.

**מטרות אופרטיביות**

1.התלמיד יסביר את הסיבות המרכזיות לצפייה בטלוויזיה- אסכולת השימושים והסיפוקים

2.התלמיד יזהה בטקסטים טלוויזיוניים את "חוקי המדיום ויסביר את השפעתם על טקסטים טלוויזינים שונים

3 .התלמיד ידון בשאלה: מהי:" טלוויזיה טובה" ואיכותית .

דרכי ההוראה

1. צפייה מרוכזת בטקסטים טלוויזיוניים שונים: חדשות, פרסומת, תוכניות בידור וכו’, וניסיון להצביע על קיומם ועצמתם של האלמנטים הרלוונטיים.

1. מומלץ להטיל על התלמידים תרגיל שבו ינסו לעקוב אחר הקשר שבין תכנים המוצגים על המסך לבין יכולתם לתפוס את תשומת ליבם של הצופים. מטרת התרגיל היא לזהות סיבות אפשריות (בטקסט הטלוויזיוני) לתגובה כזו או אחרת.
2. מומלץ לחשוף את התלמידים לטלוויזיה איכותית שאינה נכנעת ל"חוקי המדיום" והרייטינג.

**ביבליוגרפיה**

כספי, דן.1995, תקשורת המונים, האוניברסיטה הפתוחה, כרך ב',עמ ' 52-57.

למיש, דפנה, *החופש לצפות: מבט שני בטלוויזיה*, רכס הוצאה לאור פרוייקטים חינוכיים בע"מ, 1994.עמ' 23-36

פוסטמן, ניל, *בידור עד מוות,* תל אביב, ספרית פועלים, 1985 (תרגום לעברית: 2000), עמ’ 99-88.

**ביבליוגרפיה נוספת**

תמר ליבס, עמית קמה, מירי טלמון, 2003, תקשורת כתרבות, כרך ב, האוניברסיטה הפתוחה, ע"מ9-27 (בעמודים אלו תמצאו התייחסות לחוויית הצפיה בטלוויזיה לעומת חוויית הצפיה בסרט ובתיאטרון, ולאילוצי ההקשר של הצפיה בטלוויזיה)

**פרק 2**

**תכניות אירוח**

# Talk Shows

2.א השיח הציבורי 17

2.ב. סוגי ה-talk shows האופייניים 19

**\*** פוליטיקה בעידן הטלוויזיה 20

\* רייטינג - חלון 22

\* חופש הביטוי – חלון 23

2.א.השיח הציבורי

**מהלך הלימוד**

בני האדם חיים את חייהם במספר מעגלים. המעגל הראשון שאליו הם נקלעים הוא התא המשפחתי המצומצם שלתוכו הם נולדים. אך ככל שהשנים נוקפות, הולכים ומתוספים מעגלים ומתרחבים הקיימים: מתרחב מעגל המשפחה וכולל בתוכו גם דודים, בני דודים, סבים וסבתות, ומתוספים מעגלים כמו מעגל הגן, מעגל בית הספר, מעגל העבודה וכו’. נושאי הדיון בכל אחד מן המעגלים הללו הם שונים ופונקציונליים, אך ישנו גם מעגל משיק או משותף לכולם: תושבים של שכונה או עיר, אזרחים של מדינה ושל העולם. בחלק זה של ההוויה האנושית נושאי הדיון ותכניהם עוסקים בפוליטיקה, בכלכלה, בחברה ובתרבות שלנו, והם משנים את פניהם ונקבעים, בין השאר, על ידי המדיום התקשורתי הבולט בתרבותנו. כמו כן, הם יוצרים הגדרה חדשה של המרחב הציבורי (הטלפון הנייד, למשל, מגדיר מחדש את המרחב הציבורי בכך שהוא חושף עוברי אורח לשיחות שתכניהן פרטיים באופיים).

יחידה זו סוקרת את השיח הציבורי בהיסטוריה, והיא דנה בשינויים שחלו בו בעקבות שינויים טכנולוגיים: כיכר העיר של יוון העתיקה; עיתון (פובליציסטיקה, מכתבים למערכת וכו’); השיח הרדיופוני (talk radio בהשתתפות מאזינים); תכניות אירוח וראיונות בטלוויזיה; אינטרנט (chat, icq וכו').

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יגדיר את המושגים "שיח ציבורי" ו"מרחב ציבורי".

2. התלמיד ימנה את השינויים שחלו בשיח הציבורי בתקופות השונות:

3. התלמיד יבחין בשינויים שחלים בצורת ההתקשרות בין אנשים ובשיח ביניהם כאשר התקשורת מתרחשת באמצעות המחשב והאינטרנט .

4. התלמיד יסביר את היתרונות והחסרונות של השימוש באינטרנט

**דרכי ההוראה**

הבאת דוגמאות לשיח הציבורי ולמרחב הציבורי בכל נקודה היסטורית, ודיון באופי השיח הציבורי ובהשלכותיו על החברה, על הפוליטיקה וכו’.

**ביבליוגרפיה**

יובל דרור, 2006, הפוליטיקה של הטכנולוגיה, מפה, ע"מ 107-130 (כאן תוכלו לקרוא על העיתונאות החדשה באינטרנט; הקוד הפתוח והבלוגוספירה. לא צריך לדעת את פרטי הפרטים ההיסטוריים. צריך להבין את השפעות הטכנולוגיה על מידת השליטה במרחב הציבורי ועל השיח הציבורי)

Yaross Lee, J., "Charting the Codes of Cyberspace: A Rhetoric of Electronic Mail" in Strate, L., Jacobson, R., Gibson, S.B. (Eds.), ***Communication and Cyberspace: Social Interaction in an Electronic Environment***, NJ: Hampton Press, Inc., 1996, pp. 275-296

ליבס תמר, "המרחב הציבורי החדש" בתוך דן כספי (עורך), תקשורת ודמוקרטיה בישראל, ישראל, הוצאת הקיבוץ המאוחד, עמ' 152-141, 1998.

<http://www.amalnet.k12.il/sites/commun/library/tv/comi0386.htm>

(במאמר זה תמצאו את התנאים למרחב ציבורי אידיאלי ולשיח ציבורי נאות עפ"י יורגן הברמס)

פוסטמן, ניל, *בידור עד מוות: השיח הציבורי בעידן עסקי השעשועים*, ספרית פועלים, הוצאת הקיבוץ הארצי, השומר הצעיר (מאנגלית: אמיר צוקרמן), 2000.עמ' 61-74

2.ב. סוגי ה-**talk shows** האופייניים

**מהלך הלימוד**

בני האדם מדברים בכל מקום ובכל מצב. למרות ההתפתחויות הטכנולוגיות וצמיחתם של אמצעי תקשורת שונים, נותר הדיבור הכלי הבסיסי והמרכזי ביותר לתקשורת בין בני אדם. הדיבור תופס אף מקום מרכזי מאוד במדיום הטלוויזיוני. אחד מן הז’אנרים הנפוצים והפופולריים בכל העולם (המבוסס רובו ככולו על דיבורים) הוא ה-talk show, שבו דנים אנשים בנושאים שונים (אישיים וציבוריים) בהנחיה של מנחה המנווט את הדיון וממקד אותו.

יחידה זו סוקרת את צמיחת ה-talk show ועורכת היכרות עם חמשת הסוגים הטיפוסיים של ז’אנר זה (על פי Himmelstein): "ערב רב-בידורי", "ביקור אצל המפורסמים", "שולחן עגול", "עמך", "בית משפט טלוויזיוני".

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יזהה את חמשת סוגי ה-talk show ויבחין ביניהם.

**דרכי ההוראה**

הקרנת קטעים מתוך תכניות אירוח

**ביבליוגרפיה**

"The TV Talk Show: Commodification and the Individual”, in: Himmelstein, H., ***Television Myth and the American Mind***, New York: Praeger, 1984, pp. 279-305.

\*. פוליטיקה בעידן הטלוויזיה(חלון)

**מהלך הלימוד**

מעורבותה הגוברת והולכת של התקשורת, ובמיוחד זו הטלוויזיונית, בזירה הפוליטית יוצרת פוליטיקה מסוג חדש. זו פוליטיקה ויזואלית, טלגנית, מידית. הממסד הפוליטי מכיר זה מכבר בעצמתה של התקשורת - פרסומית כאחרת - לקידום מטרותיו. יחידה זו עוסקת באספקט "המכירתי" של הפוליטיקאי באמצעי התקשורת, לאו דווקא בתחום המוגדר כפרסומת.

חדירת מצלמת הטלוויזיה לשדה הפוליטי תרמה לטשטוש בין התחום הפרטי לבין התחום הציבורי. חשיפת הטלוויזיה את תחומו הפרטי, האינטימי, של הפוליטיקאי הפכה לעובדה. המנהיג שבעבר שאב את כוחו מן הריחוק, מן הסודיות שאפפה את חייו הפרטיים, נאלץ כיום להתאים את עצמו לדרישות המדיום. הטלוויזיה תובעת מן המנהיג חשיפה, והמצליח הוא לעתים זה המשכיל לחשוף בצורה מבוקרת את תחומו הפרטי וליצור תדמית של איש משפחה חם ואנושי.

הופעתם של פוליטיקאים בטלוויזיה, לדוגמה בתכניות אירוח שונות, היא לרוב צעד דומה מבחינה תדמיתית. הפוליטקאי נחשף בתכנית כבן אדם (או כך לפחות אמור הצופה לחוש). אחרי שעות העבודה, תוך התבטאות בנושאים כלליים, הצגת תחביביו וכישוריו המיוחדים והשתתפותו, המטופשת לעתים, במשחקים ובתחרויות שונות - באמצעות כל אלה נבנית לפוליטקאי תדמית הפוכה מזו של הפוליטקאי מן הזן הישן. הפוליטקאי בן דור הטלוויזיה שואף כביכול לבטל את החַיִץ שבינו לבין הציבור, ולהדגיש דווקא את תכונותיו האנושיות, את אורח חייו העממי, ובמילים אחרות: דווקא את הדמיון והקרבה שבינו לבין הציבור - דבר שעשוי ליצור הזדהות. מנקודת מבט זו גם חשיפת משברים אישיים והשתקמות עשויה לשרת את הפוליטיקאי, והוא עשוי להיבנות מהנעה רגשית המובילה להזדהותו של הצופה.

יחידה זו גם דנה ב-talk show בהקשר התרבותי הישראלי, במרכזיותה של האקטואליה (חדשות כל שעה, מבזקי חדשות כל מחצית השעה ולוח שידורים עמוס בתכניות דיבורים) ובקשר בין מדיה לבין פוליטיקה (דברים שנאמרים בתכנית אירוח בערב תופסים כותרות בעיתוני היום למחרת, פוליטיקאים נדרשים להגיב עליהם, ואנשים הופכים להיות סלבריטיס בן לילה).

(הנושא זוכה להרחבה במסגרת התכנית בכיתה יב.)

**דרכי ההוראה**

1. הקרנה וניתוח של תכניות כמו "פוליטיקה", "פופוליטיקה" ו"הכל פוליטי".

1. צפייה במגוון של תכניות טלוויזיה מז’אנרים שונים, ועריכת דיון המתמקד בהיבטים של ייצוג הפוליטיקה והפוליטיקאים.

3. דיון במעמדם של אישים (מנחים ואורחים) בעקבות הופעותיהם בטלוויזיה, וניתוח של הבדלי התכנים והסגנון בין התכניות.

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יזהה את הקשר הסימביוטי (תלותי) בין מדיה לבין הפוליטיקאים וידגים אותו

1. התלמיד יתאר את המושג "סלבריטי" או "ידוען".
2. התלמיד יסביר את הקשר בין טכנולוגיות התקשורת לבין דמות הגיבור בתקופות שונות,ואת תרומת התרבות האלקטרונית ליצירת הסלבריטי- הגיבור החדש.
3. התלמיד יזהה את אופני ייצוג הפוליטיקאי בטקסטים חדשותיים ובידוריים וייחס להם את ההשפעות הרלבנטיות.

**ביבליוגרפיה**

בן אליעזר, יריב, *הממלכה השביעית*, תל אביב, ספרית המנהל, 1990, עמ' 75-71.

ברנע, נחום, "שבט הולך ונעלם", בתוך: *העין השביעית*, מס’ 18, ינואר 1999.

סטראיט, לנס, "מושג הגיבור בעידן התקשורת האלקטרונית", *הד הגן*, נ"ה, 1990, עמ’ 144-139.

ליבס, תמר, TALKSHOWS": המרחב הציבורי החדש" בתוך: דן כספי (עורך), *תקשורת ודמוקרטיה בישראל,* ישראל: הוצאת הקיבוץ המאוחד, עמ’ 152-141, 1998.

**רשות:**

גלילי אורית, גת אורית , מבנית לכתה י"ב פוליטיקה בעידן הניו- מדיה .

\*רייטינג(חלון)

**מהלך הלימוד**

מושג הרייטינג (מִדרוג) חדר בעצמה רבה לחברה הישראלית. למדיום הטלוויזיוני תפקיד בהנחלת המושג עצמו. מעבר לכך משקפת ההיסטוריה של הטלוויזיה בישראל - במיוחד של מהדורת החדשות - את המעבר מחברה קולקטיבית לחברה הטרוגנית ורב-תרבותית. (כך לדוגמה נטען כי מהדורת החדשות של הערוץ הראשון בתקופה החד-ערוצית היוותה מעין "מדורת שבט" לחברה הישראלית. אחוזי צפייה גבוהים אלה פחתו בצורה ניכרת, וכיום צופים בסך הכול בכל מהדורות החדשות גם יחד פחות צופים מכפי שצפו במהדורת "מבט".)

יחידה זו עוסקת בהיכרות עם המושג רייטינג בהיבט הטכני והמקצועי שלו: מדוע מודדים רייטינג? כיצד מודדים ולמה? במיוחד עוסקת היחידה ברייטינג מן ההיבט החברתי והתרבותי.

למרות הנאמר ביחידות הקודמות לגבי השפעת ההקשר התרבותי על סגנון תכניות האירוח ותכניהן בעולם כולו ובמיוחד במקומות שבהם קיימת מערכת שידור מסחרית בטלוויזיה (ולכן תחרות עזה על תשומת לבו וכיסו של הצופה ), ניכרת "הצהבה" הולכת וגוברת של התכניות. "צהבת" במדיה פירושה הקצנה של התכנים, חשיפה של פרטים אינטימיים בחיי אנשים, ופנייה לסקרנות הטבעית של הקהל באמצעות סקס, דם ואלימות.

ב-talk shows באה האלימות לידי ביטוי בעיקר בהפיכת הריאיון הטלוויזיוני לעימות בין שני קטבים, בין שני אנשים או בין שני רעיונות, ובהפיכת הקהל למעין "חבר מושבעים" אשר באמצעות מחיאות כפיים או קריאות בוז שופט את האורחים ונותן פסק דין. ביחידה זו מנותחות ההשלכות של הצהבת במדיה ושל שיטת הרייטינג על הצופים ועל התרבות .

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יגדיר את המושגים "רייטינג"ו"תרבות הרייטינג" ו"צהבת המדיה"ויסביר את הקשר ביניהם.
2. התלמיד יגדיר את המושג " פילוח שוק"
3. התלמיד יסביר את שיטת המדידה הנהוגה בישראל
4. התלמיד ידון בדילמות ובמשמעויות הנובעות מתרבות הרייטינג.

**דרכי ההוראה**

הרצאה והבאת דוגמאות של שיטות רייטינג שונות. כמו כן שימוש בז’אנרים שונים (ובעיקר תכניות אירוח) להדגמת הנושא.

יש להקרין לתלמידים תכניות טלוויזיה איכותיות ולדון בתרומתן לעומת הרייטינג שלהן.

**ביבליוגרפיה**

בורדייה, פ', *על הטלוויזיה*, תל אביב, בבל, 1999, עמ' 41-11.

טוקטלי אורן," מדיניות תקשורת בישראל" ת"א, האוניברסיטה הפתוחה עמ 213-220.

הורניק וליברמן , ניהול הפרסום, האוניברסיטה הפתוחה. תת פרק חשיפה לצופים, עמ' 295-297

**להעשרה**: מצגת על שיטת הפיפלמטר, איתן כסיף, מנכ"ל טלגל, באתר הרשות השנייה.

[**http://www.rashut2.org.il/editor/uploadMovies/1**](http://www.rashut2.org.il/editor/uploadMovies/1)

\*חופש הביטוי(חלון)

**מהלך הלימוד**

חופש הביטוי הנו אבן יסוד במדינה הדמוקרטית. הוא נגזר מן התפיסה הדמוקרטית, והוא מהווה תנאי מרכזי בהגשמתה. יחידה זו עוסקת בשורשים הרעיוניים של הזכות לחופש ביטוי.

התפיסה הדמוקרטית מניחה כי איש אינו יודע בוודאות מהי הדרך הנכונה שבה יכולה המדינה להשיג את מטרותיה. מאחר שאין דרך פעולה מוסכמת וחד-משמעית, יש לאפשר "שוק דעות" פתוח, אשר בו בעלי הדעות השונות מנסים לשכנע אלה את אלה ואת כלל הציבור בצדקת דרכם. ההנחה היא כי ההליכה בעקבות הרוב תפחית את הסיכוי לשגות. גם אם תתקבל הדעה השגויה, קיומו המתמיד של "שוק דעות" פתוח - גם לדעות החולקות על דעת הרוב - מאפשר החלפת הדרך והשלטון.

יחידה זו דנה אף בתפקוד התקשורת כמממשת את חופש הביטוי במדינה הדמוקרטית; התקשורת כמספקת בימה לאותו "שוק פתוח" של דעות; והתקשורת כמדווחת וכמביאה עובדות ונתונים לאזרח כדי שיוכל לשפוט ולהעריך את הדעות הרווחות בציבור ולגבש דעה משל עצמו.

כפועל יוצא של הדיון העקרוני בחופש הביטוי עוסקת היחידה בהכרה השיפוטית בישראל בזכות זו. בהיעדר חוקה כתובה המבטיחה את הזכויות והערכים הדמוקרטיים הבסיסיים בישראל, הזכות לחופש ביטוי במשפט החוקתי הישראלי מתבססת על תקדימי בג"ץ (ונטען כי חוקי יסוד כגון חוק כבוד האדם וחירותו מבססים אף הם זכות זו). המסמכים הנוגעים לדיון זה הם הכרזת העצמאות ופס"ד קול העם נגד שר הפנים.

בסוף היחידה, בהמשך לפס"ד קול העם ולנוסחת "הוודאות הקרובה" - המבססת את חופש הביטוי כזכות-על שניתן להגבילה רק במקרים קיצוניים - יידונו קיומם של זכויות ושל ערכים נוספים העלולים לעמוד בסתירה לחופש הביטוי; ערכים שעל התקשורת לכבד, כגון: מניעת פגיעה ביחיד, בשמו הטוב, בצנעתו או ברכושו, שמירה על ביטחון המדינה וכו'.

אין צורך בכתה י' להתעכב על פרטי החוקים השונים וללמוד את התקדימים הנלווים להם הנושא נלמד בהרחבה בכתה י"ב

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יסביר מהי התפיסה הרעיונית העומדת בבסיס חופש הביטוי.

2. התלמיד יתאר את הבסיס השיפוטי לחופש הביטוי בישראל.[ פס"ד "קול העם"]

3.התלמיד יזהה מקרים שבהם חופש הביטוי מתנגש בזכויות ובערכים אחרים.

1. התלמיד ידון בשאלה המוסרית הנובעת מהתנגשות הערכים במקרה נתון.

**דרכי ההוראה**

הרצאה ודיון על עקרונות חופש הביטוי; קריאה ודיון בטקסטים כמו הכרזת העצמאות ופס"ד קול העם כנגד שר הפנים. אפשר לעסוק בדוגמאות למקרים שבהם עלתה דרישה להגביל את חופש הביטוי, ולבקש מן התלמידים להביע את דעתם ולהשוות בין בהשלכות של הגבלת הביטוי לבין השלכות פרסום הדברים.

**ביבליוגרפיה**

מיל, ג', ס', *על החירות*, ירושלים, מאגנס, 1976, עמ' 34-33.

נגבי, מ', *חופש העיתונות בישראל*, *ערכים בראי המשפט*, ירושלים, מכון ירושלים לחקר ישראל, 1995,

עמ' 25-1.

להב, פ', *ישראל במשפט: שמעון אגרנט והמאה הציונית*, תל אביב, עם עובד.

**פרק 3: טלוויזית מציאות**

### ריאליטי טי.וי

**Reality TV**

### טלוויזיית מציאות ריאליטי טי.וי

**מהלך הלימוד**:

כאשר אנחנו מדברים על מה שמכונה "ריאליטי טיוי" אנחנו מדברים על מגפה ששוברת שיאי רייטינג. הטלוויזיה האמריקאית - זו שמשפיעה על כל מה שקורה בעולם המערבי - מוצפת בשנים האחרונות בתוכניות-מציאות. את תחילתו של הז'אנר מייחסים לתוכנית The Real World של MTV מ-1992 אבל ההצלחה הגדולה החלה לקראת סוף שנות ה-90 ב"הישרדות" והתעצמה עם תוכניות כמו "הרווק" ו"אליל אמריקאי", היא כבשה גם את אירופה עם "האח הגדול".

בבסיסן של תוכניות אלה מקבצים אנשים סביב עניין מסוים ומנפים אותם עד שנותר מנצח/ת אחד/ת, עם זאת אפשר לחלק את התוכניות האלה לתת-קבוצות: יחסים, כשרון, אתגר, מפורסמים ומצלמה נסתרת (לצורך הדיון הזה אפשר להיעזר במאמר של אורן יניב, הפניה בהמשך). חשוב לציין שיש תוכניות נוספות שאפשר לדון במידה שהן שייכות לתחום הריאליטי כמו למשל, תוכניות שיפוץ למינהן (כדוגמת "המהפך" ו-"עבודת בית") וסדרות דוקו-סאופ - שהן סדרות 'דוקומנטאריות' המדגישות את הפן המלודרמטי של האירועים המצולמים כמו, בארץ, "ירוקות" ו-"מישהו לאהוב" Bruzzi שהפנייה אליו יש בהמשך דן ספציפית בתוכניות אלה).

מבחינת המפיקים יתרונו הברור של הז'אנר היא עלותו הנמוכה יחסית: בלי תסריטאים, בלי כוכבי-על וכן הלאה אך מבחינה טלוויזיונית, תרבותית וחברתית הוא מעורר הרבה שאלות ותהיות, כולל למשל: כמה "מציאותית" היא טלוויזיית המציאות? האם 15 דקות התהילה שהובטחו לנו ע"י אנדי וורהול מוחלפות בז'אנר הזה ב-15 דקות השפלה? האם להיות מפורסם הפך לערך בפני עצמו? מדוע הקהל כל כך אוהב את הז'אנר? (יש מי שטוענים שבגלל שהכל יכול לקרות, לכאורה, בתוכניות האלה בשונה מתוכניות הטלוויזיה ה"רגילות") האם התוכניות האלה מקדמות מציצנות, ריקנות, מכירת פנטזיה של כוכבות, תחרות אכזרית ועוד.

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד ינתח את המאפיינים וכללי המשחק של תוכניות הריאליטי

2. התלמיד יסביר את הקשר שבין מאפייני תכניות אלו לבין מניעי הצפייה, ההשתתפות בהצבעה והריטינג.

3. התלמיד יכיר את תהליך יצירת שיתוף הפעולה בין הצופה לבין תוכניות המציאות באמצעות שלושה מרכיבי הפורמט: מרכיב "אשליית השיטה הדמוקרטית",מרכיב "ההכתרה המהירה",מרכיב "הפלורליזים הממוסד".(ממאמרו של מוטי נייגר)

**דרכי הוראה**: הצגת הז'אנר וההיסטוריה שלו; הבחנה בין סוגי התוכניות השונות הנכללות בז'אנר הריאליטי טי.וי; ניתוח ודיון בכיתה של תוכנית ריאליטי עדכנית (רצוי לבחור תוכנית פופולארית בעת שהחומר נלמד בכיתה כפי שהיו למשל: "קחי אותי שרון", "כוכב נולד" וכדומה).

**בבליוגרפיה חובה:**

מוטי נייגר ואבישי יוסמן, אשליית הביחרה הדמוקרטית: כיצד משיגות תוכניות הריאליטי את שיתוף הפעולה של הצופים?

<http://www.tau.ac.il/institutes/herzog/agrata3.pdf>

אבולעפיה, רוני (נובמבר 2003) "טלוויזיית מציאות מ 1882 ועד 2002"

<http://www.notes.co.il/ronia/3241.asp>

**בבליוגרפיה רשות:**

שירי צור, אמת התיעוד שקר הריאליטי, פנים, גליון 32,אביב 2006

http://www.itu.org.il/Index.asp?ArticleID=4932&CategoryID=762&Page=1

יניב, אורן (ינואר 2004) "15 דקות ההשפלה שלך"

<http://www.ynet.co.il/Ext/Comp/ArticleLayout/CdaArticlePrintPreview/1,2506,L-2405954,00.html>

"תוכנית מציאוּת(Reality T.V)  טלוויזיונית מסעירה את בחרין"

<http://www.memri.org.il/memri/LoadArticlePage.asp?language=Hebrew&enttype=4&entid=1435>

יום עיון בנושא ריאליטי TV (כולל מסמך להורדה עם עיקרי הדברים שנאמרו)

<http://www.rashut2.org.il/editor/uploadfiles/סקירה%20משווה%20בנושא%20תוכניות%20מציאות.doc>

הכתובת הבאה מפנה למחקרים וסקירות בתוך ההפניה למרכז מידע.

דוחות המסכמים את פעילותה של הרשות השנייה לטלוויזיה ולרדיו ואת פעילותו של נציב תלונות הציבור

[**http://www.rashut2.org.il/info\_report.asp**](http://www.rashut2.org.il/info_report.asp)

Lumby C. 'Reality Television', Bulletin EdDesk Article, Vol. 119 No. 23

<http://bulletin.ninemsn.com.au/bulletin/EdDesk.nsf/0/cc17842597655e7aca256a4200226d66?OpenDocument>

באתר זה אפשר למצוא מידע רלוונטי, הצעות לנושאי דיון והיסטוריה של הז'אנר:

<http://faculty.valencia.cc.fl.us/handouts/LRC%20Pathfinders/realitytv.htm>

**פרק 4**

# קומדיית מצבים

**פרק 4- קומדיית מצבים 28**

4.א. קומדיה והומור **29**

4.ב. קומדיית המצבים הטלוויזיונית **30**

\* הטלוויזיה בישראל: השידור הציבורי והמסחרי - חלון **31**

4.א. קומדיה והומור

**מהלך הלימוד**

אחד הכלים שבאמצעותם שרדו בני אדם כחברה וכתרבות היה מאז ומתמיד ההומור. כדי להבין את הכוח של ז’אנר קומדיית המצבים בטלוויזיה כדאי ללמוד את נושא הצחוק וההומור באופן כללי וכפי שהוא בא לידי ביטוי במדיה שקדמו לטלוויזיה.

ביחידה זו מבוא קצר שנושאיו מושג ההומור, מקורות הצחוק אצל בני אדם (לפי Bergson) והפסיכולוגיה של הצחוק וההומור, וכן סקירה היסטורית של הקומדיה על גלגוליה ההיסטוריים: הקומדיה בספרות הדרמתית של יוון העתיקה ושל אנגליה האליזבתנית והקומדיה הקולנועית.

ביחידה זו ייערך דיון בנושא "ההומור הוויזואלי" (צחוק שמקורו בתמונות ולא במילים), ותיערך היכרות עם היצירות הראשונות בקומדיה הקולנועית - ניתוח של האלמנטים הקומיים תוך הבהרת ההבדל בין הומור מילולי להומור חזותי - ועם המושג slapstick (הומור פיזי-גופני דוגמת "עוגות קצפת על הפנים"). כמו כן יוצגו בה סרטים (או קטעי סרטים) של יוצרים קלסיים כמו Mack Senett, צ’רלי צ'פלין והאחים מרקס, וייערך דיון על הקומדיה האילמת לעומת הקומדיה של הקולנוע המדבר. לסיכום היחידה ייערך דיון קצר על קומדיות קולנועיות של שנות ה80- וה90-, דוגמת "האקדח מת מצחוק".

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יסכם את שורשיה הקומיים של קומדיית המצבים הטלוויזיונית: בספרות, בתאטרון ובקולנוע העולמי ברמת העמקה כשל ערך אנציקלופדי.

2. התלמיד יזהה את האלמנטים המרכזיים ביותר של ההומור החזותי ויבחין בהבדלים בינו לבין ההומור המילולי.

3.התלמיד יסביר את המושג slapstick ויזהה אותו בסרטים.

1. התלמיד ינתח מצבים קומיים בטקסט תקשורתי נתון.

**דרכי ההוראה**

1.הקרנת סרטים קצרים מימי תחילת הקולנוע כמו "המשקה המושקה" וקטעי סרטים כמו "הדיקטטור

הגדול" או "הבהלה לזהב" של צ’פלין, עריכת דיון בסצֵנות הקומיות ובמקור לצחוק שבהן.

**ביבליוגרפיה**

ברגסון, הנרי, *הצחוק* (תרגום: יעקב לוי), ירושלים; ראובן מס, 1988.

4.ב. קומדיית המצבים הטלוויזיונית

**מהלך הלימוד**

קומדיית המצבים הטלוויזיונית (sitcom) היא אחד מן הז’אנרים המרכזיים ביותר בטלוויזיה בעולם כולו. יחידה זו עוסקת בהכרת המבנה והנוסחה של הז'אנר (למשל: 23 דקות תכנית ו7- דקות של פרסומות; אפיון הדמויות ומערכות היחסים שביניהן; הנושאים שבטיפול, כגון מִגדר, יחסים במשפחה ופער דורות, יחסים בין גזעים, סוגי משפחות וכו’).

לאורך היחידה ייעשה שימוש בדוגמאות מסדרות קומיות שונות. בתוך כך יידון גם מושג הסטראוטיפ (הצגה שטוחה של דמויות) ואתוס "החלום האמריקני" (למשל היכולת להגיע לכל הישג באמצעות עבודה קשה). כמו כן ייערך דיון במבנה הלא-קונבנציונלי של סדרות מאוחרות יותר.

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יזהה את המבנה של ז’אנר ה-sitcom.

1. התלמיד יסביר וידגים את המושגים "סטראוטיפ" .
2. התלמיד ינתח את הסיבות לשימוש בסטריאוטיפים בטקסט קומי.
3. התלמיד ינתח את ההשלכות של שימוש בסטריאוטיפ בטקסט תקשורתי מכל סוג שהוא.
4. התלמיד יכיר את הדוגמאות המרכזיות של קומדיית המצבים בישראל.

**דרכי ההוראה**

1. בכיתה - הקרנה וניתוח של קטעים מתוך סדרות קומיות אמריקניות קלסיות כמו "הכול נשאר במשפחה"

ו"משפחת בריידי" כבסיס לדיון על סטראוטיפים; "קוסבי", "רוזאן" ו"מרפי בראון" - "משפחת סימפסון", "סיינפלד" ו"אלי מקביל" - כבסיס לדיון על מבנה הסדרות ששוברות קונבנציות.

התלמיד יצפה בקומדיות מצבים ישראליות [" קרובים קרובים", שמש וכו']

**ביבליוגרפיה**

"TV Comedy and Contemporary Life: Mayfield, Mayberry, Minneapolis, and Manhattan", pp. 75-121, and "Television’s Social Comedies", pp. 121-155, in: Himmelstein, H., ***Television Myth and the American Mind***., New York: Praeger, 1984.

מקווין :<http://www.amalnet.k12.il/sites/commun/library/afalot/frm_lemidaB.htm>

פרידמן,- פפו , אריאל , מבנית "איך מצלמים סטריאוטיפ" לכתה י"ב

\*הטלוויזיה בישראל: השידור הציבורי והמסחרי **(חלון)**

**מהלך הלימוד**

למרות ההתנגדות הנוקבת של אנשים רבים, וביניהם בן-גוריון, להכנסתה של הטלוויזיה לישראל בטענות שונות לרבות החשש שהיא תשחית את הדור הצעיר, הוקמה בשנת 1965 רשות השידור, ובשנת 1966 הוקם המרכז לטלוויזיה לימודית. ניצחונה של ישראל במלחמת ששת הימים ביוני 1967 הפך את הקמת הטלוויזיה בישראל לכורח מידי, שכן היא נראתה כאמצעי המבטיח יצירת אווירה של הבנה, אווירה העשויה לשפר את תדמיתה של ישראל בקרב האוכלוסייה הערבית ולתרום לקידום מאמצי השלום.

לפרויקט הקמת הטלוויזיה מונה צוות הקמה בראשותו של פרופ' אליהוא כ"ץ, ונבחר בניין בשכונת רוממה בירושלים. השידורים נפתחו ב2- במאי 1968 בשידור חי של מצעד יום העצמאות הראשון לאחר המלחמה, ולמחרת היום הייתה הסתערות המונית על חנויות לממכר מקלטי טלוויזיה. עד מהרה הפכה הטלוויזיה לפיתוי שקשה לעמוד בפניו, והעולם הגדול החל חודר לתוך חדר המגורים שלנו. בפברואר 1969 הפכה הטלוויזיה הישראלית באופן חוקי לחלק בלתי נפרד מרשות השידור. אחת מבין מטרותיה המרכזיות של רשות השידור הייתה להבטיח כי השידורים יתנו ביטוי הולם להשקפות ולדעות שונות בציבור וכי תועבר בהם אינפורמציה מהימנה.

הטלוויזיה הישראלית החלה לשדר במתכונת יומיומית ב2- בנובמבר 1969, והיא נותרה מונופול עד לכניסתו של הערוץ השני המסחרי בשנת 1993. הערוץ השני, שלא כמו הטלוויזיה הישראלית, חרת על דגלו מתן ביטוי להוויה הישראלית בהגדרת מכסת אחוזים מסוימת להפקות מקור. סדרות המקור שאפיינו את ראשית דרכו של הערוץ השני התבססו על פורמטים מוכרים מחו"ל, אך עם הזמן החלו מופקות סדרות דרמתיות, אופרות סבון וקומדיות מצבים המשקפות יותר ויותר את ההוויה המקומית.

בימים אלה ,בהם נכתבת התוכנית קבוצות שונות מתמודדות במכרז על הקמת ערוץ מסחרי .גם ערוץ זה יחולל מן הסתם ,שינויים באופי הטלויזיה בישראל .

**מטרות אופרטיביות**

1 .התלמיד ימנה את השלבים העיקריים בהתפתחות הטלוויזיה בישראל.

1. התלמיד יסביר את המאפיינים של השידור הציבורי והשידור המסחרי.
2. התלמיד יסביר כיצד שומרים חוקי הרישוי[ חוק רשות השידור, חוק הרשות השנייה, חוק הבזק,] על האינטרס הציבורי.
3. התלמיד יסביר את הבעיות שעולות מהחוקים האלו ומאכיפתם.
4. התלמיד יסביר את חשיבותן של הפקות המקור.

**דרכי ההוראה**

הרצאה ודיון בנושא התפתחות הטלוויזיה בישראל. שימת דגש מיוחד על כניסתם של הערוץ המסחרי וערוצי הכבלים.

**ביבליוגרפיה**

בן אליעזר, יריב, *מי מפחד מהטלוויזיה?*, עם עובד, 1980.

כספי, דן, לימור, יחיאל, *המתווכים - אמצעי התקשורת בישראל 1948-1990*, עם עובד, מכון אשכול, האוניברסיטה העברית, 1992, עמ' 133-115.

סופר, אדי, *טלוויזיה ישראלית נוסח ה-****BBC***, אלב-פרלאג/אטלינגן, 1982.

צוקרמן, ארנון, *טלוויזיה גלובלית*, ספריית "אוניברסיטה משודרת", משרד הביטחון - ההוצאה לאור, 1999.

**פרק 5**

**חדשות**

**פרק 5 - חדשות 33**

5.א. המושג חדשות בהיסטוריה **34**

\* אירוע מדיה - חלון **35**

5.ב. חדשות באמצעי תקשורת ההמונים - פיקוח ושליטה (היבט צורני) **37**

5.ג. כתבת החדשות בטלוויזיה - תכנים **38**

5.ד אינפוטיינמנט  **40**

5.ה פוליטיקה, סדר יום וחדשות **41**

\*אינטראקטיביות בדיווח-חלון **43**

5.א. המושג חדשות

**מהלך הלימוד**

האדם, כמו חיות אחרות, הוא יצור הסוקר את סביבתו הקרובה והרחוקה. זהו מעשה הנובע מצרכים שונים שרובם קשורים ברצון לשרוד. במהלך ההיסטוריה הביאו שינויים טכנולוגיים לפיתוחן של טכניקות איסוף מידע מגוונות. טכנולוגיות אלה הגדירו בכל פעם מחדש את סביבתו של האדם ואת הגדרת המקום שלו עצמו.

הוויכוח הישן שעניינו "שיקוף מול עיצוב" מגיע לשיאו כשהדברים נוגעים לחדשות, מכיוון שהחדשות מחויבות לשיקוף של המציאות.

יחידה זו עוסקת במושג "חדשות" במובנו הרחב, ומועלות בה שאלות בדבר היחס שבין הפצת מידע לבין חדשות: האם כל הפצת מידע היא חדשות? אם לא, מהו ההבדל? מי קובע אותו? מי מגדיר את החדשות בתור "חדשות": המציאות? הקהל? אמצעי התקשורת? האם החדשות נוגעות תמיד בדבר החדש? הייתכן כי לעתים אנו מאששים לעצמנו את מה שידוע כבר? האם יש תפקיד לחדשות? מדוע חשוב ללמוד על חדשות? מהו הקשר שבין "סיפורים" לבין חדשות?

הערה למורה: טוב יהיה אם הדגש ביחידה זו יושם על השאלות שמעלה תחום העיסוק בחדשות. אין צורך לחתור לספק תשובות בשלב זה, שהרי היחידות הבאות עוסקות בכך הלכה למעשה. עם זאת, ראוי להרבות ככל שניתן בדוגמאות הממחישות את הבעייתיות שבשאלות אלה ואחרות.

**מטרות אופרטיביות**

1.התלמיד ידון בשאלה האם החדשות משקפות את ו\או מעצבות את המציאות

2.התלמיד יסביר וידגים את תפקיד השפה בייצוג המציאות ויתן לה משמעות.

3.התלמיד יסביר וידגים את התיאוריה של"חדשות כסיפור סיפורים "וינתח טקסטים חדשותיים לפיה.

4. התלמיד יבדיל בין "עובדה" ל"דעה" ויזהה אותן בטקסט נתון.

5 התלמיד יסביר וידגים את המושג:" מיסגור".

6.התלמיד יגדיר את המושגים הבאים": ניו ג'ורנליזם, תפיסת תפקיד של עיתונאות אובייקטיבית וביטוייה בטקסטים עיתונאיים.

**דרכי ההוראה**

הצגת דוגמאות לסיקור אירועים כפי שהם מובאים על ידי ערוצים שונים, ובחינת השווה והשונה ביניהם תוך ניסיון להעלות הסברים אפשריים.

**ביבליוגרפיה**

רועה, יצחק, *אחרת על תקשורת: שבע פתיחות לעיון בתקשורת ובעיתונות*, רכס, אבן יהודה, 1994, עמ’ 152-127.

כספי דן, תמונות בראש, דעת קהל ודמוקרטיה, האוניברסיטה הפתוחה 2001 , האבחנה בין עובדה לדעה, עמ' 22-26 . על תאוריית סדר היום, הבניית מציאות ומסגרת הסיפור frame עמוד 155-163.

\*אירוע מדיה(חלון)

**מהלך הלימוד**

אירוע המדיה הנו טקס ייחודי האופייני לתקשורת הטלוויזיונית של ימינו - שידור חי ההופך את ההיסטוריה לריטואל עולמי. הטענה הרווחת רואה בטלוויזיה כיום את המדיום המרכזי של רישום ההיסטוריה. מצב זה נוצר, בין השאר, כתוצאה מתפוצתם הרחבה של מכשירי הטלוויזיה ובשל השידור החי, המסוגל להעביר בזמן אמת אירועים מכל נקודה לכלל האנושות וליצור חוויה גלובלית.

ראוי לחדד את הגדרתו של אירוע מדיה ביחס לשידור החי: כל אירוע מדיה משודר בשידור חי אך לא כל שידור חי הוא אירוע מדיה.

המושג אירוע המדיה מזוהה בעיקר עם עבודתם של צמד החוקרים אליהוא כ"ץ ודניאל דיין( ,(Dayan & Katz,**1992**

השניים מסווגים את אירועי המדיה לשלושה: הכתרות ולוויות ממלכתיות, כיבושים

(לאו דווקא בזירה הצבאית אלא בעיקר בזו הציבורית - הסמלית, דוגמת ביקור סאדאת בירושלים והנחיתה על הירח) ותחרויות (בעיקר מתחום הספורט).

אירועי המדיה מצויים בתחרות עם כתיבת ההיסטוריה ביחס להגדרת תכני הזיכרון הקולקטיבי. נטען כי אופיים הדרמטי והאישי הנו, בסופו של דבר, מה שנותר בזיכרון.

מאמצי ההיסטוריונים ומדעני החברה להבחין בהמשכיות ולהגיע אל מעבר לאישי נדחקים הצִדה לטובת שיאים נרטיביים חזותיים ויכולת מוכחת של השתמרות בזיכרון הציבורי. זאת ועוד; אירועי מדיה המצוטטים באמצעות עריכה או באמצעות המְחזה ושחזור בסרטים, בסדרות היסטוריות או בסדרות דרמה המשודרות בטלוויזיה, יוצרים זיקה בין ריטואליזציה ובדיה, והופכים למשכנעת את הטענה שתיעוד מקצועי של ההיסטוריה איננו זהה בסופו של דבר למה שזוכרים.

על סִפו של האלף השלישי הפך אירוע המדיה למניפולציה תקשורתית שקופה ושכיחה. יותר ויותר, כך נראה, עושים אמצעי התקשורת וגורמי השלטון יד אחת בשאיפתם ליצור אירועי מדיה מלאכותיים. כך לדוגמה, טוען בודריאר, הפכה מלחמת המפרץ, בחסות רשת ה-CNN, לאירוע מדיה מסוג חדש. כך הפך לדוגמה גם טקס חתימת הסכם השלום עם ירדן להפקה טלוויזיונית מתוזמרת היטב על ידי השלטון.

השקפת העולם הרואה באמצעי התקשורת מכשיר בידי האידאולוגיה השלטת, תופסת את אירוע המדיה כמניפולציה הגמונית. לדוגמה, בהלוויית הנסיכה דיאנה, בספטמבר 1997, הפך העולם, תחת ה"מטרייה" התקשורתית, שותף לרגע למערכת הערכים (ערכי המשפחה; המסורת; ההמשכיות וכו') המלווה אותו; זו הופכת בחסות אירוע המידה, למובנת מאליה.

**מטרות אופרטיביות**

1.התלמיד יגדיר את המושג "אירוע מדיה".

2 התלמיד יסביר את משמעות אירוע המדיה והשלכותיו על זיכרון קוקטיבי והסכמה חברתית (קונצנזוס).

3.התלמיד יזהה את שלושת סוגי אירועי המדיה.

4.התלמיד יבחין בין חדשות בשידור חי לבין אירוע מדיה.

**דרכי ההוראה**

דוגמאות לאירועי מדיה דרמטיים דוגמת הלוויית רבין, הנחיתה על הירח, אירועי המילניום וכו’, וכן אירועי מדיה דרמטיים פחות המאחדים את האומה סביבם.

**ביבליוגרפיה**

כ"ץ, א', דיין, ד', "אירועים של אמצעי תקשורת: על חוויית ’לא להיות שם' ", בתוך: דן כספי (עורך), *תקשורת המונים זרמים ואסכולות מחקר*, האוניברסיטה הפתוחה, תל אביב, 1995, עמ’ 141-132.

ליבס, תמר, "מרתון בשידור חי", *העין השביעית*, 11, אוקטובר 1997, עמ' 37.

5.ב. חדשות באמצעי תקשורת ההמונים - פיקוח ושליטה (היבט צורני)

**מהלך הלימוד**

יחידה זו עוסקת בביקורת החדשות ובניתוחן מזווית המתמקדת באחד מתפקידיה החשובים של התקשורת: סיקור הסביבה. מילוי תפקיד זה, כך נטען, מקנה לאמצעי התקשורת את מעמד הפיקוח והשליטה על הסביבה ועל נמעני התקשורת - החברה.

החדשות ינותחו באספקט זה מנקודת מבט צורנית הנוגעת במֵמד החזותי, הקוֹלִי והמבני של הטקסט. כך לדוגמה ינותח עיצוב המסך בשידור החדשות. ראוי להתעכב על האופן שבו המרכיבים החזותיים של אולפן החדשות באים לידי ביטוי, לדוגמה, בהופעתו של המגיש (המגישים), בחלל ובתפאורה ("חדר הבקרה"), בצבע ובתאורה. כמו כן ראוי להצביע על המֵמד הקונבנציונלי של כתבת החדשות: הנרטיב הלינארי, הצגת המציאות כדרמה וכעימות בין שני צדדים וכסיפור אנושי. השידור מהשטח, שימוש בעדים, הדגשת המוטיב הטכנולוגי - כל אלה יוצגו כמנגנונים אפשריים של שליטה.

**מטרות אופרטיביות:**

1. התלמיד יתאר וידגים כיצד מתפקדות החדשות כמנגנון של שליטה על תודעת הקהל.

2. התלמיד יזהה את המרכיבים החזותיים הבסיסיים בעיצוב אולפן החדשות.

3. התלמיד יזהה את המרכיבים הצורניים הקבועים בכתבת חדשות.

**דרכי ההוראה**

התלמיד ייחשף למהדורות חדשות שונות ויפנה את הדעת למרכיבים צורניים המתקשרים לרעיון השליטה באולפן החדשות ובכתבות שונות.

**ביבליוגרפיה**

כספי, ד', *תקשורת המונים* (כרך א’), האוניברסיטה הפתוחה, תל אביב, 1993, עמ’ 79-78.

ערב, דן, "חיים יבין, סוכן התרבות השלטת",‘*"העיר"*, קמרה אובסקורה, 13/9/1996, עמ’ 14.

ערב, דן, "האם אלוף הפיקוד משחק טוב את תפקידו?", *קמרה אובסקורה*, גליון מס' 2, יולי 1996.

5.ג. כתבת החדשות בטלוויזיה - תכנים

**מהלך הלימוד**

יחידה זו עוסקת בניתוח הטקסט הנתפס כמהותי ביותר לענייננו: כתבת החדשות, בעיקר זו הטלוויזיונית. המושגים "פתיחות" ו"סגירות" של טקסט חדשותי הנם מרכזיים לעניין זה (הכוונה היא למידת פתיחותו או סגירותו לקריאות עצמאיות, או במילים אחרות: באיזו מידה מדובר בטקסט שאינו תעמולתי, קרי: טקסט שאינו כופה על נמעניו משמעות אחת סגורה). במקביל ניתן לנתח את הכתבה לאור התייחסות לנושאה.

בהקשר זה מוצע לטפל בסוגיות של התייחסות הכתבה למושגים פנים/חוץ ומרכז/פריפריה. נקודת המוצא כאן היא כי החדשות הן טקסט הכופה את תפיסת העולם של המרכז על הפריפריה. חדשות חוץ מעוצבות גם הן באופן שמשרת את בעלי הכוח המעצבים את הטקסט החדשותי.

מושגים נוספים שראוי להזכירם מתייחסים לצד העיתונאי-הפקתי של כתבת החדשות. ניתן לדון בכתבת החדשות לאור קודים שונים של דיווח (עובדתיות, איזון ושקיפות), במושגי השוערות (gatekeeping), בערך החדשותי, בשיקולים האישיים והמקצועיים שבתהליכי הברֵרה העיתונאיים, וכן בתפיסתם השונה של עיתונאים את תפקידם. כמו כן רצוי להתייחס למושג "דוקטרינת ההגינות" ולמעמדם של "כוחות השוק" בתחום המידע.

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יסביר את תיאוריית:"מרכז" ו"פריפריה" וינתח תכנים חדשותיים בהתאם לתיאוריה .

2. התלמיד יגדיר את עקרונות הדיווח הבסיסיים ואת המושג "שוערות" ברמותיו השונות.

3. התלמיד יסביר וינתח שיקולים אישיים ושיקולים מקצועיים בתהליכי הברֵרה החדשותיים .

4.התלמיד יגדיר את המושגים "פתיחות אידיאולוגית (נייטרליות) " ו"סגירות אידיאולוגית"[ הבעת עמדה] ויזהה אותם בכתבת החדשות.

6.. התלמיד יגדיר את המושג "ערך חדשותי", ויעריך את ערכן החדשותי של כתבות שונות.

7. התלמיד יסביר וינתח את הסוגים השונים של תפקידי העיתונאי.

8. התלמיד ייחס אופני דיווח שונים, כפי שהם באים לידי ביטוי בכתבות שונות, לסוגי התפיסה את התפקיד העיתונאי.

**דרכי ההוראה**

מומלץ להבהיר ולהדגים את תפקידי התקשורת בדמוקרטיה,[כלב השמירה, פרקליט, כו'] לפני שמתחילים בביקורת של החדשות.

צפייה השוואתית בתכניות ובטקסטים ממקורות שונים ושימוש במושגים פתיחות/סגירות, פנים/חוץ ומרכז/פריפריה.

**ביבליוגרפיה**

רועה, י', כהן, ע', "אחד הימים היותר עקובים מדם: ניתוח השוואתי של חדשות פתוחות וסגורות בטלויזיה", בתוך דן כספי (עורך), *תקשורת המונים זרמים ואסכולות מחקר*, האוניברסיטה הפתוחה, תל אביב, 1995, עמ’ 476-463.

אברהם, א', "התקשורת בישראל: מרכז ופריפריה" בתוך: דן כספי (עורך), *תקשורת המונים זרמים ואסכולות מחקר*, האוניברסיטה הפתוחה, תל אביב, 1995, עמ’ 505-479.

גלטונג, י', רוגה, מ' ה', "מבנה חדשות החוץ, סיקור המשברים בקונגו, בקובה ובקפריסין בארבעה עיתונים זרים", בתוך: דן כספי (עורך), *תקשורת המונים - זרמים ואסכולות מחקר*, האוניברסיטה הפתוחה, תל אביב, 1995, עמ’ 233-200.

**רשות:**

פפו- פרידמן אריאל, מבנית לכתה י"ב מרכז ופריפריה- ייצוג העוני.

5.ד. אינפוטיינמנט

**מהלך הלימוד**

טשטוש הגבולות שבין מידע לבידור הפך בתחילת המאה ה21- לאחד המאפיינים הבולטים בתקשורת ההמונים ובתפיסת המציאות של האדם. מה שנוצר לנגד עינינו הוא ז’אנר חדש: מידע (information) ובידור (entertainment) העשויים מקשה אחת.

את התרומה המשמעותית להתפתחותה של מגמת האינפוטיינמנט (information + entertainment) ניתן לייחס לחדירתו של המדיום הטלוויזיוני, ובעיקר לתפיסת העולם המסחרית, המשפיעה כיום על שוק התקשורת בכלל. תופעת האינפוטיינמנט באה לידי ביטוי בשני תחומים עיקריים: ראשית, במסגרת הדיווח החדשותי; על פי תפיסה זו השיקול המרכזי, באיזו צורה לדווח, נשען קודם כול על הפוטנציאל המסחרי, קרי: על מידת האטרקטיביות של הדיווח לנמען. שנית, מתוך כך מורחב מושג החדשות, והוא מכיל בתוכו גם תחומים שבעבר לא נחשבו ראויים לדיווח. לדוגמה: דיווח מסיבי בחדשות על ענייני בידור תוך הפיכת דמויות מפתח מתחום זה לגיבורי חדשות. גלימת החדשות שבה מתכסה תחום הבידור מעניקה למוצרי התרבות תדמית של חשיבות ומרכזיות; נטען כי היא מרגילה את הקהל לנורמות של חשיבה בלתי ביקורתית על תרבות.

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יגדיר את המושג "אינפוטיינמנט" וימנה את הסיבות להתפתחותו.

2. התלמיד יקשר בין אופיו של המדיום הטלוויזיוני ומושג הרייטינג לבין התגברות התופעה.

3. התלמיד יזהה אלמנטים של אינפוטיינמנט בטקסטים טלוויזיוניים שונים ויסביר את השפעתם על הטקסט כולו.

**דרכי ההוראה**

1. הקרנת קטעים שונים, כאלה המוגדרים כחדשותיים וגם אחרים, וניסיון לאתר ביטויים המצביעים על

תופעת האינפוטיינמנט.

2. מומלץ לנסות לאתר טקסטים מתקופות מוקדמות יותר (לדוגמה, ראיונות טלוויזיוניים משנות ה- 70) ולהשוותם מבחינת האינפוטיינמנט לטקסטים מקבילים מתקופתנו.

**ביבליוגרפיה**

פוסטמן, ניל, *בידור עד מוות: השיח הציבורי בעידן עסקי השעשועים*, תל אביב, ספרית פועלים, 2000.

5.ה. פוליטיקה, סדר יום וחדשות

**מהלך הלימוד**

"סדר יום" הנו מושג מרכזי ותאוריה בתחום הערכת השפעתה של התקשורת. על פי מושג זה לתקשורת נודעת השפעה רבה על החיים החברתיים: התקשורת קובעת מה הם הנושאים שעל סדר היום הציבורי ומהו ערכם המשתנה. אמצעי התקשורת מעצבים סביבה סימבולית. למקום ולהיקף התקשורתי שלהם זוכים נושאים מסוימים, ולהתעלמות מנושאים אחרים יש השפעה על דרגת החשיבות שאותה מייחס הציבור לנושאים אלה. ההשפעה המשמעותית של אמצעי התקשורת על עיצוב תמונת העולם מתבטאת בקביעת נושאי הדיון ובדירוגם. מאחר שכך, גם אם אמצעי התקשורת אינם מכתיבים לחברה מה לחשוב, הרי שבעצם קביעתם הכמעט בלעדית על מה ראוי לדבר מבליטה את עצמתם בפועל.

טכניקות עיצוב סדר היום פשוטות. סדר הצגת הנושאים השונים בתוך מהדורת החדשות והזמן המוקצב לכל נושא עשויים לעצב את תפיסת הציבור לגבי החשיבות היחסית של הנושאים השונים: טיפול אינטנסיבי בסוגיה כלשהי יסמנה כבעלת חשיבות; אזכור קצר של הסוגיה עשוי לסמנה כאנקדוטה.

נראה כי רעיון קביעת סדר היום בולט במיוחד בתקופות של בחירות, תקופות שבהן מעלים מועמדים פוליטים נושאים שונים לדיון ציבורי בתקווה לקבוע את סדר היום של מסע הבחירות. במערכות הבחירות האחרונות הפך השימוש ביועצים - אלו שתפקידם לסייע לפוליטקאי בעיצוב סדר היום התקשורתי - לחלק הכרחי ובלתי נפרד מסדר היום. הדיווח על קיומם ועל פעולתם של היועצים הפך, מסיבות פוליטיות ותקשורתיות גם יחד, לחלק מסדר היום שלעתים אף מסיט לקרן זווית נושאים חשובים אחרים.

ביקורת אפשרית לרעיון קביעת סדר היום נוגעת לרודנותם של אמצעי התקשורת וליכולתם לשנות את המציאות עצמה. בעידן תקשורת ההמונים סדר היום המעוצב באמצעות המדיה קובע בסופו של דבר את עצם קיומם של נושאים ואת דרגת חשיבותם. לעתים דומה כי המאבק על סדר היום דוחה כל מאבק אחר. יותר ויותר נראה כי מערכות בחירות והכרעות פוליטיות, כמו גם מסעות פרסום מסחריים, מתנהלים לא רק באמצעות מסרים המוגדרים מלכתחילה כטקסטים פרסומיים כגון תשדירי בחירות או מודעות, אלא באמצעות ניסיון לעצב באופן מכוון סדר יום ציבורי, לרוב באמצעות תכניות אקטואליה וחדשות. הדיווח הפך למנוף שיווקי משמעותי. במצב דברים זה דומה כי המציאות, נאלצת לא אחת להתאים עצמה (בעזרת הפוליטקאי) לסדר יום מבוקש, רצוי.

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יסביר את " תיאורית קביעת "סדר יום" ואת הקשר שבין סדר יום תקשורתי, סדר יום פוליטי וסדר יום ציבורי.

2. התלמיד יזהה וידגים את הקשר שבין בולטות נושא בסדר יום תקשורתי לבין תפיסת החשיבות של נושאים/ אירועים/אישים ע"י הקהל.

1. התלמיד יזהה את תכני החדשות כתוצר של המאבק על סדר יום בין השילטון לבין גורמים שונים.

**דרכי ההוראה**

התלמיד ינתח דוגמאות מחדשות היום.

**ביבליוגרפיה**

כספי, ד', *תקשורת המונים* (כרך ב’), האוניברסיטה הפתוחה, תל אביב, 1995, עמ’ 105-94.

מקומבס, א' מ', שו, ל', "התפקוד של אמצעי תקשורת ההמונים כקובעי סדר יום" בתוך: דן כספי (עורך), *תקשורת המונים - זרמים ואסכולות מחקר*, האוניברסיטה הפתוחה, תל אביב, 1995, עמ’ 121-109.

McQuail, D., Windahl, S., ***Communication Models***, London, Longman, 1981.

**בבליוגרפיה רשות:**

כספי דן, תמונות בראש: דעת קהל ודמוקרטיה, האוניברסיטה הפתוחה, 2001. על תאוריית סדר היום, הבניית המציאות מסגרת הסיקור עמוד 155-163 ..frame

\*אינטראקטיביות בדיווח(חלון)

**מהלך הלימוד**

האינטראקטיביות הינו מונח המציין את יכולתה של המערכת לנהל דו-שיח עם מפעיליה. זוהי טכנולוגיה וחוויה. יחידה זו עוסקת במושג אינטראקטיביות (הידודיות) וקשרו לתחומי הדיווח. את השלכות התקשורת האינטראקטיבית על תקשורת ההמונים קשה להעריך כיום. ייתכן כי מדובר בחידוש טכנולוגי ותו לא; חידוש העתיד להשפיע בתחומים שונים כגון צרכנות, חינוך ובידור. עם זאת, ייתכן כי מדובר בשינוי תרבותי רב משמעות ובעל השלכות על המושגים אמת, מציאות וזהות.

דומה כי קשה במיוחד להעריך את משמעות חדירתה של הטכנולוגיה האינטראקטיבית לתחום הדיווח. לכאורה קיימת סתירה בין האינטראקטיביות לבין הדיווח. ועם זאת, ניצני השינוי ניכרים כבר ברשת האינטרנט ובטלוויזיה האינטראקטיבית המתפתחת.

ברשת האינטרנט מיוצגים כל ספקי המידע המוכרים והממוסדים לצדם של מיליוני מקורות מידע פרטיים, עצמאיים, בעלי אינטרס ברור. ייתכן כי ריבוי ערוצי המידע, וכן יכולתו של הנמען להתערב, לערוך ולמעשה לעצב בעצמו את תמונת הדיווח על פי "סדר יומו" הפרטי, מסמנים שינוי ביחס למעמדן של החדשות בחברתנו.

יחידה זו עוסקת בתוכנם ובצורתם של אתרי חדשות ומידע באינטרנט: אתרים עוקפי צנזורה, אתרי תעמולה (כגון אתר החיזבאללה), ובקהילות וירטואליות שעניינן חדשות ומשמעותן.

**מטרות אופרטיביות**

1. התלמיד יגדיר את המושג אינטראקטיביות ויזהה מאפיינים של החוויה האינטראקטיבית.

2. התלמיד יעמוד על המיוחד בקשר שבין דיווח לבין אינטראקטיביות.

3. התלמיד ינתח את תכני העיתונות המקוונת כתוצאה של מאבק שליטה בין העיתונאים לבין הגולשים.

**דרכי ההוראה**

מחקר יישומי ואיסוף מידע מתוך אתרי אינטרנט "ממוסדים" ו"חתרניים".

**ביבליוגרפיה חובה**

הכט י. המאבק על ההגמוניה בשוק התוכן המקוון, מגזין ברשת.

<http://www.isoc.org.il/magazine/magazine4_3.html>

<http://www.isoc.org.il/magazine/magazine4_8.html>

הכט, י': השיח המקוון כמתווך חברתי, מגאזין ברשת

יובל דרור, בשום מקום אין כזאת רשת, הארץ

<http://www.haaretz.co.il/hasite/pages/ShArtPE.jhtml?itemNo=326039&contrassID=2&subContrassID=3&sbSubContrassID=0>

**ביבליוגרפיה רשות**

<http://www.ynet.co.il/articles/1,7340,L-2995770,00.html>

אריאנה מלמד, בריוני המקלדת, YNET

מלמד אורלי, מצגת אינטראקטיביות במדיה באתר המגמה.